



**RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA OLIY TA'LIM
MUASSASALARIDA XALQARO HAMKORLIK VA BREND
MENEJMENTINI KUCHAYTIRISH**

Shodiyabonu Abidjanovna Khodjayeva

TDIU "Savdo ishi" kafedrasi dotsenti PhD

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17231363>

Raqamli transformatsiya bugungi kunda oliy ta'lim muassasalarining rivojlanishida hal qiluvchi omillardan biri sifatida maydonga chiqmoqda. Ta'lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni keng joriy etish nafaqat o'quv jarayonini modernizatsiya qilish, balki xalqaro hamkorlik va brend menejmentini yangi bosqichga olib chiqishda ham muhim rol o'ynamoqda. Global ta'lim bozoridagi keskin raqobat sharoitida universitetlarning nufuzi, obro'si va xalqaro reytinglardagi o'rni tobora katta ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli raqamli transformatsiyaga asoslangan strategiyalar xalqaro hamkorlikni rivojlantirish va universitet brendini kuchaytirishda asosiy vosita sifatida qaralmoqda.

Xalqaro hamkorlikning raqamli muhitda shakllanishi jarayonlarni ancha soddalashtirmoqda. Masalan, qo'shma ta'lim dasturlari, masofaviy kurslar, onlayn konferensiyalar va ilmiy loyihalar raqamli platformalar yordamida samarali amalga oshirilmoqda. O'zbekiston universitetlari so'nggi yillarda Yevropa, Osiyo va boshqa mintaqalardagi nufuzli oliy ta'lim muassasalari bilan qo'shma fakultetlar tashkil etib, xalqaro integratsiya jarayonida faol ishtirok etmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yil holatiga kelib mamlakatimizda 50 dan ortiq qo'shma fakultet faoliyat yuritmoqda, bu esa raqamli texnologiyalar imkoniyatlaridan foydalanish orqali xalqaro hamkorlikning sezilarli darajada kuchayganini ko'rsatadi.

Universitetlarning xalqaro miqyosda tanilishi ko'p jihatdan brend menejmentiga bog'liq. Brend imidjini shakllantirishda raqamli kommunikatsiyalar, xususan, ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyat, veb-saytlarning sifatli yuritilishi va ingliz tilidagi axborot xizmatlari hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bugungi kunda talabalar va abituriyentlar universitet tanlashda nafaqat ta'lim sifatiga, balki uning xalqaro hamkorlik darajasi va global reytinglardagi o'rniga ham katta e'tibor qaratmoqda. Shu boisdan universitetlar o'z brend strategiyalarini xalqaro miqyosga yo'naltirishga intilmoqda.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirgan universitetlar o'z brend qiymatini sezilarli darajada oshirishga erishmoqda. Masalan, Singapur Milliy Universiteti yoki MIT kabi nufuzli oliygohlar raqamli hamkorlik loyihalari va global onlayn dasturlar orqali xalqaro maydonda o'z pozitsiyasini yanada mustahkamlagan. O'zbekiston



universitetlari uchun ham bunday tajriba juda muhim, chunki u nafaqat xorijiy talabalarni jalb etadi, balki xalqaro ilmiy hamkorlikni kengaytirib, universitetlarning ilmiy salohiyatini oshiradi.

Brend menejmentining muhim tarkibiy qismi universitetning xalqaro reytinglardagi mavqeini oshirishdir. Raqamli transformatsiya jarayonida ilmiy natijalarni xalqaro ma'lumotlar bazalarida e'lon qilish imkoniyatlari kengaymoqda, bu esa universitetning global ilmiy hamjamiyatdagi o'rnini mustahkamlaydi. Shu bilan birga, xalqaro loyihalarda ishtirok etish, qo'shma ilmiy laboratoriyalar tashkil qilish va xalqaro konferensiyalarda qatnashish brend obro'sini oshirishda katta ahamiyat kasb etadi.

Talabalar almashinuvi dasturlari ham xalqaro hamkorlikning muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, raqamli texnologiyalar bu jarayonlarni yanada samarali va shaffof boshqarish imkonini bermoqda. Masofaviy hamkorlik dasturlari chet ellik talabalarni jalb qilish, ular bilan tezkor aloqalar o'rnatish va ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda samarali vosita sifatida xizmat qilmoqda. Universitetlarning ingliz tilidagi rasmiy saytlari va onlayn xizmatlari xorijiy talabalar oqimini oshirishda muhim rol o'ynaydi, bu esa ularning brendini xalqaro darajada tanitishga yordam beradi.

Raqamli transformatsiya brend menejmentida shaffoflikni kuchaytiradi. Universitet faoliyati to'g'risidagi ochiq va ishonchli ma'lumotlarning onlayn platformalarda muntazam e'lon qilinishi xalqaro hamkorlar va talabalar uchun ishonchni oshiradi. Big Data va raqamli analitika vositalari orqali xalqaro talabalar oqimini prognozlash imkoniyatining yaratilishi marketing qarorlarini yanada samarali qabul qilishga yordam beradi. Natijada, universitetlar o'z strategiyalarini aniq ma'lumotlarga asoslangan holda shakllantira oladi.

Umuman olganda, raqamli transformatsiya xalqaro hamkorlik va brend menejmentini kuchaytirishda yangi paradigmalarni shakllantirmoqda. Oliy ta'lim muassasalari endilikda nafaqat milliy, balki global auditoriyani ham o'ziga jalb qilish uchun raqamli texnologiyalar asosida strategiyalar ishlab chiqishi zarur. Bu jarayon universitetlarning xalqaro maydondagi raqobatbardoshligini oshirib, global ta'lim bozorida barqaror o'rin egallashiga xizmat qiladi.

Raqamli transformatsiya oliy ta'lim muassasalarida xalqaro hamkorlikni rivojlantirish va brend menejmentini kuchaytirishda strategik vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Universitetlar raqamli texnologiyalar yordamida qo'shma dasturlar, xalqaro ilmiy loyihalar va talabalar almashinuvi dasturlarini samarali amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'lyapti. Brend menejmenti esa ijtimoiy tarmoqlar, xalqaro reytinglar va raqamli kommunikatsiyalar orqali yanada



mustahkamlanmoqda. O'zbekiston sharoitida bunday yondashuv nafaqat xorijiy talabalarni jalb etish, balki ilmiy salohiyatni oshirish va global ta'lim maydonida nufuzli o'rin egallash uchun ham dolzarb ahamiyat kasb etadi. Demak, xalqaro hamkorlik va brend menejmentini raqamli transformatsiya asosida rivojlantirish oliy ta'lim muassasalari uchun muqarrar va zaruriy yo'nalishdir

Foydalanilgan adabiyotlar (FA):

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
2. Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management. Kogan Page.
3. Marr, B. (2016). Big Data in Practice. Wiley.
4. QS World University Rankings (2024). Global Higher Education Report.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. M. Mirziyoyev. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi.
6. Xodjayeva Sh. A. (2023). Oliy ta'lim tizimida raqamli transformatsiya va marketing yondashuvlari. Toshkent: TDIU nashriyoti.